

22/04/2010

Las agencias aumentan su facturación gracias a que hay menos puntos de venta

Exceltur reclama al Gobierno “un plan de ayudas específico y proporcional” para el sector turístico

Las agencias de viajes, las compañías de transporte de pasajeros y las empresas de rent a car han cerrado el primer trimestre de 2010 con niveles de ventas “ligeramente” por encima de los de 2009, “unos resultados algo mejores debido a la menor competencia o a la reducción de oferta”, según adelantó ayer en una rueda de prensa José Luis Zoreda, vicepresidente de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), quien señaló que el sector se ha “autodepurado”, con el cierre de 1.800 agencias y la desaparición de cinco compañías de aviación en España el pasado año.



Así, el 91,2% de las minoristas mejoraron levemente sus ventas y un 55,7% sus beneficios en el primer trimestre del año respecto a la situación de 2009.

Zoreda se refirió de este modo a un mayor proceso de concentración, en un mercado ya “sobredimensionado” y a la pérdida de liquidez derivada de unas menores ventas como otros factores que incidirán en el sector. De hecho, consideró que podría ser oportuno proceder a la depuración de aquellas empresas que no han sabido adaptarse.

A pesar de un primer trimestre de 2010 de leve mejoría, Exceltur prevé que el PIB turístico caiga un 0,9% en el conjunto del año. De enero a marzo, el descenso fue del 1%, según sus estimaciones, que ya apuntaban a una “desaceleración” del ritmo de caída de la actividad turística al inicio del año, después de cerrar 2009 con una caída del 5,6%.

Continúa la ‘guerra de precios’

Según Zoreda, después de un 2009 para “olvidar”, los primeros meses del año han venido marcados por una “elevada volatilidad” de la demanda turística, en la que influyeron las malas condiciones climatológicas, un repunte de los viajes de los españoles y la presión sobre los precios.

Al respecto, el ‘lobby’ explicó que el sector turístico sigue inmerso en una guerra de precios que afecta a la mayor parte de los subsectores y aseguró que “ni en términos de crecimiento de demanda, ni en traslación a las ventas y beneficios, el balance del primer trimestre se puede considerar como bueno”.

En esta línea, subrayó que hoteles, parques de ocio, estaciones de esquí y golf tuvieron

una Semana Santa “excelente” aunque el trimestre no fue bueno; agencias, aerolíneas y empresas de alquiler, algo mejor gracias a los planes de ajuste y oferta que realizaron. Aún así, los precios siguieron cayendo por encima del 5%, incluso en los billetes de avión (-0,3%) pese a que el del crudo aumenta. El 55% de los empresarios redujo las tarifas.

Por destinos, los mejores comportamientos fueron para las comunidades del Valle de Ebro (La Rioja, Aragón y Navarra), Galicia, Canarias y las principales ciudades, como Madrid, Barcelona, Valencia y Zaragoza, frente al litoral mediterráneo y el norte de España, con peores resultados con respecto al año pasado.

En lo que se refiere al turismo de ‘sol y playa’, la afluencia de turistas extranjeros fue menor con respecto a nuestros países competidores como Turquía y Marruecos, que la elevaron un 6% al inicio del año, frente a una ligera caída del 1% en España.

“Mazazos por distintos lados”

Ante este panorama, al que se suma la crisis producida por el cierre del espacio aéreo europeo por las cenizas volcánicas procedentes de Islandia, Exceltur reclamó al Gobierno “un plan de ayudas específico y proporcional”, al que podría otorgarse a las aerolíneas para el resto de las empresas del sector turístico.

Entre ellas, Zoreda destacó posponer la anunciada subida del IVA y aplicar reducciones en las cotizaciones a la Seguridad Social de las empresas. “Nos van cayendo los mazazos por distintos lados”, lamentó Zoreda.

Si bien reconoció que las aerolíneas son las “grandes damnificadas” por el efecto de la nube volcánica, aseguró que el resto de las empresas vinculadas al turismo no son menos relevantes.

Zoreda reveló que el sector ya ha trasladado al Gobierno su preocupación por los efectos de la nube volcánica para la industria turística siendo plenamente conscientes de que “en estos momentos no sobra el dinero”.

Finalmente, señaló que la oferta del ministro de Fomento, José Blanco, para ofrecer España como ‘hub’ de distribución de turistas para el resto de Europa fue “valiente y oportuna” no sólo por ser solidaria sino porque ayudará a afianzar su liderazgo y podría ayudar a impulsar el ‘cielo único europeo’ para optimizar y reducir costes, algo fundamental para España y sus destinos insulares.

En la imagen, de izquierda a derecha, José Luis Zoreda y Óscar Perelli, director de Estudios e Investigación de Exceltur.